

AUST -FACULTY OF PHARMACY

Explosion

أعلام وتسويق صيدلاني

د.ياسر الروح

1
محاضرة

HYDROGEN TEAM

WRITTEN BY: Baraa AL-Doush
DESIGHNED BY: Baraa AL-Doush

أقدم شكر خاص للطالب (علي الحمد) على ملاحظاته المسجلة على مقرره الذي وصلني في صيغة PDF من أصدقائي حيث وجدتها مفيدة وذهبية.... وقمت باضافتها في هذا الملخص سعياً ان يفيد أكبر عدد ممكن من زملائنا الطلاب وأن يكتب الله الأجر والثواب له ولي ولأعضاء فريق هيدروجين التطوعي.

تعاريف: Definition:

{ Market – السوق } سؤال مذاكرة

مجموعة من المسترين والبائعين اللذين يرغبون في شراء وبيع سلعة

{ Customer – الزبون }

هو الفرد الذي يكون لديه الحاجة والرغبة والقدرة لشراء سلعة

{ Salesperson – مندوب المبيعات }

الشخص المنتدب من الشركة ليقوم ببيع وتسويق سلع او خدمات الشركة لدى الزبائن

{ Product – المنتج }

السلعة او الخدمة الذي توفره الشركة ويلبي حاجة الزبون

{ Manufacturer – المصنع }

هي الجهة التي تجمع وتحول المواد الخام الى منتوجات ليتم بيعها

{ Distributer – مندوب المبيعات }

الشخص الذي يقوم بإيصال السلع والخدمات من الشركة الى الزبون

{ Wholesaler – تاجر الجملة } هام جداً

الوسيط بين الشركة المصنعة أو الوكيل وتجار المفرق

{ Retailer – تاجر المفرق }

هو الوسيط بين تاجر الجملة او الوكيل او الشركة المصنعة والزبون النهائي

{ Agent – الوكيل } سؤال دورة

الشركة التي تملك حقوق حصرية في بيع سلعة ما

{ Competitor – المنافس } هام جداً

الجهة الذي لديه القدرة على توفير سلعة أو خدمة تلبي نفس الحاجة

{ Promotion – الدعاية }

الوسيلة الفعالة للوصول للمستهلك النهائي عبر إعلانات ونشرات وغيرها

{ Marketing – التسويق } هام

عملية فهم السوق وتوفير السلع والخدمات التي تلبي الاحتياجات عن طريق الدعاية والاعلان

{ Target – الهدف }

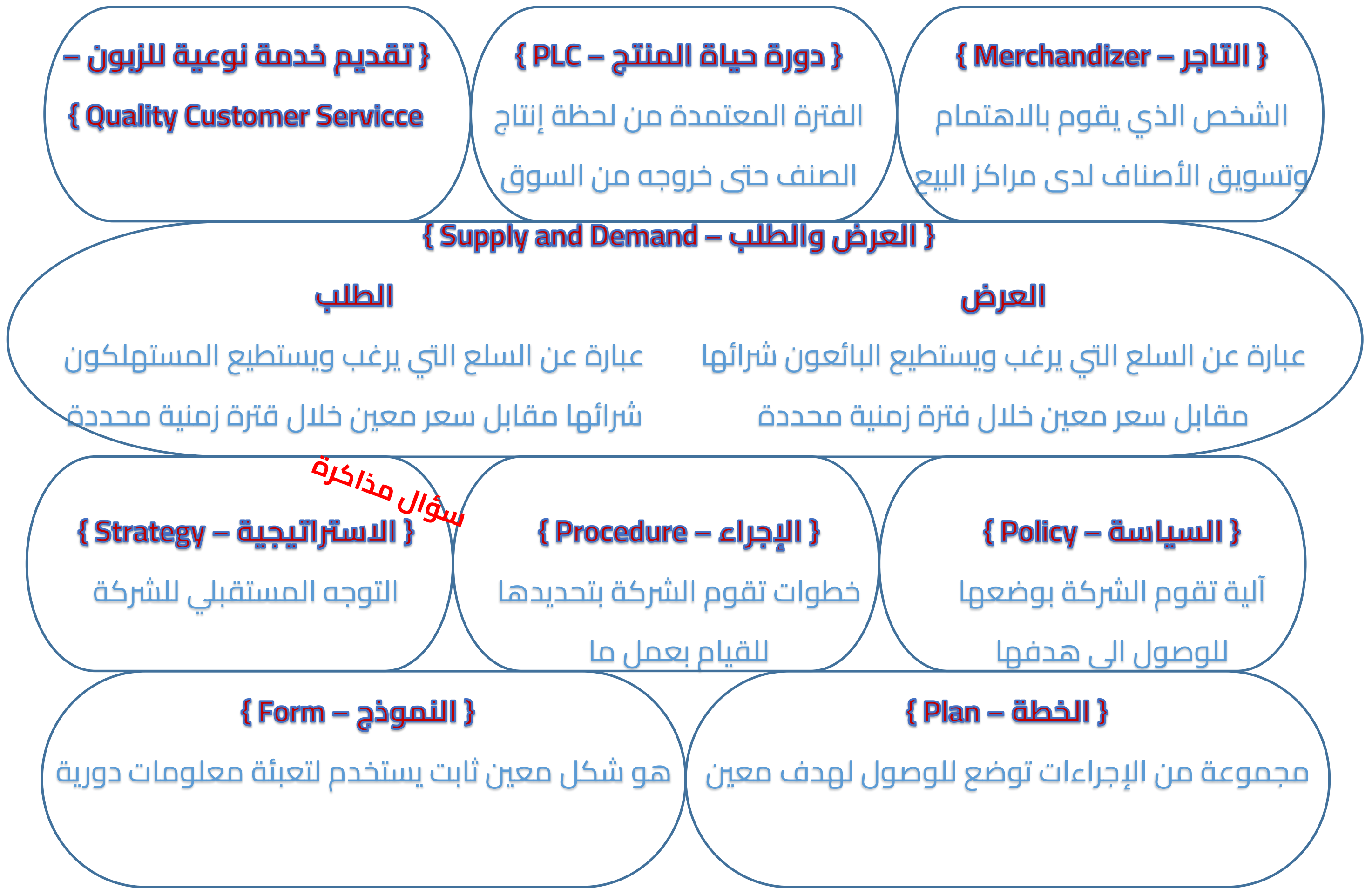
يصنف ب SMART وهو الامر الذي تصبو اليه الشركة

{ Customs – الجمارك } سؤال دورة

ضرائب تفرض على الواردات

{ VAT – ضريبة القيمة المضافة } سؤال دورة

تضاف على المنتجات ويدفعها المستهلك (ضريبة المستهلك)



❖ ملاحظة:

في المذاكرة والفاينل يكون السؤال هو "الشرح" والجواب هو "التعريف مكتوب بالانكليزي"

مثال: (Market) عملية تبادل ____ صح أو غلط

كلمات مطلوب حفظها (عربي-إنكليزي)

Goods - البضائع	Places - الأماكن	Services – الخدمات
Experiences - التجارب	Events - الاحداث	Information – المعلومات
Persons - الأشخاص	Properties - الخصائص	Idea - الأفكار
Organizations - المؤسسات		

الأسئلة بالانكليزي مع ترجمتها بالعربي

السؤال الأول :

تعريف الدعاية وعاملاها الأساسيين:

تعريف الدعاية: تحفيز وجود منتج معين أو فكرة معينة أو حزمة معينة لتسويق هذا المنتج أي انها ممكن أن تكون دعاية منظمة.

Promotion definition: to encourage the existence or progress of an object, including a product, service, an idea or an organization.

هناك عاملين أساسيين لأي برنامج ترويجي و هما:

١. القدرة على الاقناع
٢. المعلومات

Two major objectives of any promotion program:

1. Persuasion
2. Information

 السؤال الثاني:

ما هي الخطوات التي تتبع في الخطة التسويقية؟

Steps to be followed in a marketing plane?

A. تحديد طبيعة المنتج أو الحزمة التي ترغب في بيعها
B. تحديد تصميم المنتج ونوعيته (جودته) وصفاته وتغليفه
C. تحديد أماكن توزيع المنتج والقنوات التسويقية و لافضل مقدار تغطية والمواصلات وبيع مباشر أو غير مباشر
D. تحديد هامش الربح للمنتج حيث يكون هذا الهامش محققاً فائدة للشركة لتغطية تكاليف وتحديد سعر جذاب للمستهلك

A. Determine the nature of product or service you want to sell.
B. Its design, quality, features and packaging.
C. determine its place, distribution, channels for best availability coverage, transport, direct or indirect.
D. determine price profitable for the company or attractive to customers, discounts, payment period, credit.

- الدعاية: التخطيط اين و كيف لأجل الإعلان،المبيعات،الدعاية،العلاقات العامة

- promotion: planning, where or how to advertise, advertising, sales, public relations.

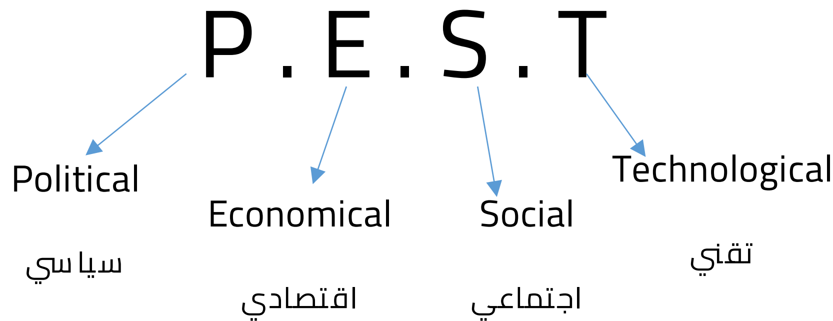
قاعدة (1)

يقولون أنه حتى الأدوية المتطورة بدون دعاية لربما لا تنجح!

They say that even breakthrough drugs without advertising may fail!

 السؤال الثالث:

External forces affecting marketing of products? ما هي العوامل الخارجية التي تؤثر في تسويق المنتجات؟



Political	عوامل سياسيه:	Technological:	عوامل تكنولوجية:
» Politics	« السياسيين	» Internet	« الانترنيت
» Decisions made by government	« القرارات التي تتخذها الحكومة	» Departments are preesured to develop up to date technology products	« يتم الضغط على القسم لانتاج منتجات اللكترونية حديثة
» Occupation	« نوع المهنة		
» Legislations	« الشرائع والقوانين		
» Policies	« عقود التأمين		
Social:	العوامل الاجتماعية:	Economical:	عوامل اقتصادية:
» Society forces as family, frinds, media affect our attitudes	« قوة المجتمع كالعائلة والاصدقاء والأمور التي تؤثر في مواقفنا	» Nationally	« قومي
» Interests	« الاهتمامات	» Globally	« عالمي
» الأسهم	« الأسهم		
» الحصص	« الحصص		
» Opinions	« الآراء		
» What we buy	« ما نشتريه		
» How we behave	« كيف نتصرف		

قاعدة (2)

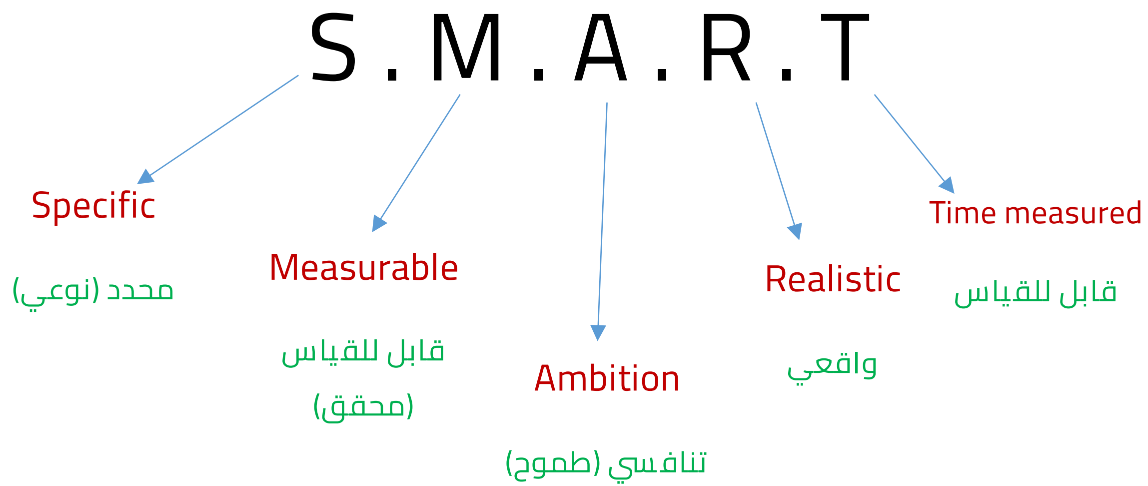
If a change in structure of a population happens this will affect the supply and demand of goods and services

إذا حدث تغيير في البنية السكانية سوف يؤثر على العرض والطلب للسلع والخدمات

السؤال الرابع:

الهدف – Target : يصنف ب SMART وهو الامر الذي تصبو اليه الشركة

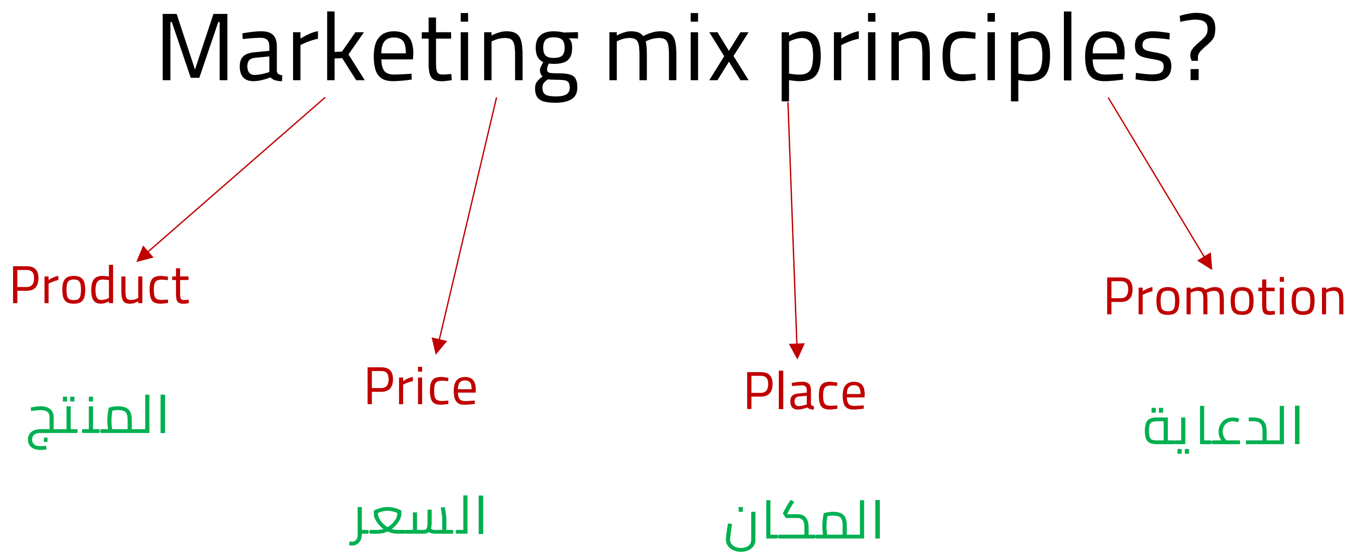
يقصد ب SMART:





 السؤال الخامس

ماهي مبادئ عناصر المزيج التسويقي؟	Marketing mix principles?



هذه التغيرات يمكن التحكم فيها ويجب ادارتها بعناية لتلبية احتياجات المجموعة المستهدفة.

These are controllable variables which must be managed carefully to meet the needs of the target group.

 السؤال السادس:

عدد عناصر المزيج التسويقي وما يقابلها عند المستهلك؟

